

Business Creation and Networking
สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงสิงคโปร์
เดือน..... มีนาคม 2563.....
รายงานการเยี่ยมพบ..... Lazada Singapore Pte. Ltd.....

1. ข้อมูลบุคคล/บริษัทที่เข้าพบ

ชื่อ..... Mr. Poh Jia Rong..... ตำแหน่ง..... Category Manager – Food Impulse.....
ที่อยู่..... 8 Shenton Way, Level 41, AXA Tower, Singapore 068811.....
โทรศัพท์..... +65 9740 2706.....
E-mail..... poh.jiarong@lazada.sg..... Website..... www.lazada.sg.....

2. รายละเอียดบริษัท/องค์กร

2.1. ก่อตั้งเมื่อ ปี ค.ศ..... 2012.....

2.2. ประวัติความเป็นมา

Lazada Group ก่อตั้งขึ้นในปี 2012 เป็นแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซชั้นนำของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยมีสาขาในประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ เวียดนาม ไทย และสิงคโปร์ ซึ่ง Lazada Group เชื่อมโยงภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ผ่านความสามารถด้านเทคโนโลยี การขนส่ง และระบบการชำระเงิน ในปี 2019 Lazada Group กลายเป็นผู้นำระดับภูมิภาคของกลุ่มอาลีบาบา และได้รับการสนับสนุนโดยโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีที่ดีที่สุดของอาลีบาบา Lazada Group มีเป้าหมายคือภายในปี 2030 บริษัทฯ จะสามารถให้บริการลูกค้าได้มากถึง 300 ล้านคน ทั้งนี้ Lazada Singapore ถือครองส่วนแบ่งตลาดในสินค้ากลุ่ม Grocery Online ใหญ่ที่สุดในสิงคโปร์



2.3. รูปแบบของการดำเนินธุรกิจ

- | | | |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> โรงงานผู้ผลิต | <input type="checkbox"/> ผู้ส่งออก | <input type="checkbox"/> ผู้นำเข้า |
| <input type="checkbox"/> ผู้ขายส่ง | <input type="checkbox"/> ผู้ขายปลีก | <input type="checkbox"/> บริษัทตัวแทน |
| <input type="checkbox"/> ห้างสรรพสินค้า | <input type="checkbox"/> ห้างสรรพสินค้าเฉพาะ | <input type="checkbox"/> องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร |
| <input type="checkbox"/> องค์กรระหว่างประเทศ | <input type="checkbox"/> องค์กรทางการค้า | <input checked="" type="checkbox"/> อื่นๆ E-Commerce Platform..... |

2.4. สินค้าและบริการของบริษัท

Lazada Marketplace จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย โดยแบ่งเป็น 18 หมวดหมู่ เช่น กลุ่มสินค้าเพื่อสุขภาพและความงาม สินค้าแฟชั่น ซึ่งเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เติบโตอย่างรวดเร็ว สินค้าที่ใช้ในบ้านและที่อยู่อาศัย สินค้าแม่และเด็ก สินค้าและอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือ รวมถึงสินค้าเครื่องใช้ภายในบ้านอื่นๆ

2.5. สินค้าและบริการที่นำเข้าและสนใจนำเข้าจากไทย

สินค้าอาหารไทย ทั้งอาหารสด อาหารแปรรูป รวมถึงผักและผลไม้สด

3. สรุปผลของการหารือ/เข้าพบ

จากสถานการณ์ที่มาเลเซียประกาศบังคับใช้คำสั่งควบคุมการสัญจรหรือ Movement Control Order งดให้คนมาเลเซียเดินทางออกนอกประเทศและห้ามนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาเลเซีย มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 18 – 31 มีนาคม 2563 และขยายออกไปจนถึงวันที่ 14 เมษายน 2563 ทำให้สิงคโปร์ได้รับผลกระทบด้านแรงงาน อีกทั้งประชาชนสิงคโปร์ยังตื่นตระหนกในการกักตุนสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น สินค้า ข้าว บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ผักผลไม้สด อาหารแช่แข็ง กระจาดชาชาระ เนื่องจากสิงคโปร์นำเข้าอาหารจากมาเลเซียเป็นจำนวนมาก สคต. จึงได้หารือกับ Mr. Poh Jia Rong และผู้บริหาร Lazada Singapore เกี่ยวกับแผนการดำเนินโครงการส่งเสริมสินค้าไทยร่วมกับ E-Commerce Platform ต่างๆ ซึ่งจากสถานการณ์การระบาดของโรคไวรัส COVID-19 ชาวสิงคโปร์มีการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์แพลตฟอร์มต่างๆ เพิ่มขึ้นมาก และหลีกเลี่ยงการออกไปรับประทานอาหารนอกบ้าน

ทั้งนี้ ในปีที่ผ่านมา สคต. ได้ดำเนินโครงการส่งเสริมสินค้าอาหารและเครื่องดื่มไทย ผ่านแพลตฟอร์ม Lazada Singapore สิงคโปร์ (Thai Food & Beverage Festival) ระหว่างวันที่ 7 – 15 กันยายน 2562 เพื่อส่งเสริมและผลักดันสินค้าไทยที่จำหน่ายอยู่ในสิงคโปร์ การดำเนินโครงการดังกล่าว มีแบรนด์สินค้าอาหารและเครื่องดื่มไทยจำนวน 54 แบรนด์ และจำนวนสินค้า 605 รายการเข้าร่วมโครงการฯ ทั้งนี้ ภายหลังเสร็จสิ้นการดำเนินโครงการ มียอดขายสินค้าอาหารและเครื่องดื่มไทย ขยายตัวเพิ่มขึ้นกว่า 12.5% มีมูลค่าประมาณ 104,000 ดอลลาร์สิงคโปร์ นอกจากนี้ยังมีกลุ่มลูกค้า/ผู้ซื้อใหม่ที่ไม่เคยซื้อสินค้าอาหารและเครื่องดื่มไทยผ่านแพลตฟอร์ม Lazada Singapore มาก่อน เพิ่มขึ้นถึง 31.7% และช่วงเวลาที่ดำเนินโครงการนี้มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้น 4.7% จากสรุปผลการดำเนินโครงการฯ แสดงให้เห็นว่ามีกลุ่มลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นและลูกค้ามีความเต็มใจที่จะสั่งซื้อ จับจ่ายสินค้าอาหารและเครื่องดื่มไทย เนื่องจากผลิตภัณฑ์เหล่านี้พบเห็นหรือค้นหาได้ง่ายขึ้นบนแพลตฟอร์มที่น่าสนใจ ทั้งทางแพลตฟอร์ม Lazada Singapore และทาง Facebook

ในการนี้ สคต. เห็นว่าเป็นโอกาสอันดีที่ร่วมกับแพลตฟอร์ม Lazada Singapore จะจัดกิจกรรมส่งเสริมสนับสนุนสินค้าอาหารและเครื่องดื่มไทยอีกครั้ง ในช่วงวันที่ 15 - 28 เมษายน 2563 รวมถึงประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ EDM เพื่อสร้างการรับรู้แบรนด์สินค้าไทยในตลาดสิงคโปร์ เพิ่มยอดจำหน่ายสินค้า และเพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าไทยมายังตลาดสิงคโปร์ และยังเป็นโอกาสให้ผู้นำเข้าพิจารณานำเข้าสินค้าอาหารและเครื่องดื่มไทยใหม่ๆ เข้าสู่ตลาดของสิงคโปร์มากยิ่งขึ้น ช่วยให้ผู้ประกอบการรายย่อยในไทยมีโอกาสและช่องทางในการจำหน่ายสินค้าไทยในสิงคโปร์ และทำให้ภาพรวมในการจำหน่ายสินค้าไทยในสิงคโปร์ดีขึ้น

